

## LAMPIRAN A KISI-KISI INSTRUMEN PENELITIAN

No	Variabel	Indikator	Sumber	Deskripsi	Nomor Pernyataan	Jenis Data	Teknik Pengumpulan Data	Skala	Jumlah Pernyataan
1	<i>Brand Awareness</i>	<i>Recall</i>	Mariana Sukoco (2013) dan Keller (2001)	Seberapa jauh konsumen mengingat, menyukai, memilih, dan meyakini merek The Body Shop.	1, 2, 3, 4	Kuantitatif	Kuesioner	1-5	4
		<i>Recognition</i>		Seberapa jauh konsumen mengetahui, mengenali, dan menyadari merek The Body Shop yang termasuk dalam kategori tertentu.	5, 6, 7				3
		<i>Purchase</i>		Seberapa jauh konsumen akan menjadikan The Body Shop ke dalam alternatif pilihan saat melakukan pembelian dan pemakaian produk.	8, 9				2
		<i>Consumption</i>		Seberapa jauh konsumen ingin membeli ulang dan masih mengingat produk The Body Shop saat konsumen menggunakan produk merek pesaing.	10, 11				2
2	<i>Brand Exposure</i>	Frekuensi	Pratomo (2008)	Seberapa sering iklan dari produk The Body Shop dipasang di Instagram.	12, 13	Kuantitatif	Kuesioner	1-5	2
		Durasi		Seberapa lama konsumen melihat iklan dari produk The Body Shop di Instagram.	14, 15				2
		Intensitas		Kelengkapan elemen produk, harga, model, pesan iklan, latar ( <i>background</i> ) iklan yang diperhatikan konsumen pada iklan The Body Shop di Instagram.	16, 17, 18, 19, 20				5

3	<i>Customer Engagement</i>	<i>Enthusiasm</i>	So dkk. (2014)	Tingkat kegembiraan atau semangat kuat konsumen dan tingkat ketertarikan konsumen pada The Body Shop di Instagram.	21, 22, 23, 24	Kuantitatif	Kuesioner	1-5	4
		<i>Attention</i>		Tingkat fokus (perhatian) konsumen pada sadar atau tidak sadar terhadap Instagram The Body Shop Indonesia.	25, 26				2
		<i>Absorption</i>		Tingkatan lebih jauh dari perhatian, tingkat konsentrasi dan keterlibatan konsumen yang tinggi pada instagram The Body Shop Indonesia hingga tidak menyadari berapa banyak waktu yang sudah dihabiskan untuk mengakses di Instagram.	27, 28, 29				3
		<i>Interaction</i>		Keterlibatan konsumen untuk berbagi serta bertukar gagasan, pemikiran, dan perasaan tentang pengalaman terhadap The Body Shop atau konsumen lainnya di Instagram.	30, 31				2
		<i>Identification</i>		Konsumen akan berbicara lebih banyak mengenai The Body Shop daripada merek lainnya, terutama dengan merek yang sesuai dengan citra diri mereka.	32, 33, 34, 35				4
4	<i>Electronic Word-of-mouth</i>	<i>Platform assistance</i>	Hennig-Thurau dkk. (2004)	Platform Instagram di mana konsumen dapat memberikan ulasan atau keluhan tentang produk The Body Shop	36, 37, 38	Kuantitatif	Kuesioner	1-5	3
		<i>Venting negative feeling</i>		Pengalaman konsumsi konsumen yang tidak memuaskan melalui komentar online pada produk The Body Shop untuk mengurangi ketidakpuasan terkait dengan emosi negatifnya.	38, 39, 40				2
		<i>Concern for other consumers</i>		Komentar ulasan antar konsumen pada Instagram The Body Shop Indonesia untuk membantu konsumen lain tidak mengalami pengalaman negatif atau mendapatkan pengalaman positif	41, 42, 43, 44				4

		<i>Extraversion/ positives self-enhancement</i>		Ulasan positif konsumen terhadap produk The Body Shop dari pengalaman konsumsi yang bersifat positif, seperti memuaskan.	45, 46, 47				3
		<i>Social benefits</i>		Keuntungan konsumen untuk mendapatkan komunitas sosial dalam dunia maya yang memiliki kesamaan sifat atau perilaku dari produk The Body Shop yang pernah dibeli.	48, 49				2
		<i>Economic incentives</i>		Imbalan yang diberikan The Body Shop Indonesia sebagai penghargaan atas ulasan pengalaman pribadi konsumen.	50, 51				2
		<i>Helping the company</i>		Hasil kepuasan konsumen terhadap produk The Body Shop sehingga konsumen termotivasi untuk memberi “sesuatu sebagai imbalan” dan perusahaan layak mendapat dukungan.	52, 53, 54				3
		<i>Advice seeking</i>		Komentar <i>online</i> konsumen yang diberikan kepada konsumen lainnya untuk membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi terkait produk The Body Shop	55, 56				2

## LAMPIRAN B KUESIONER PENELITIAN SEBELUM LOLOS UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

### PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb. Perkenalkan nama saya Lovely Pomalaa mahasiswa Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Brawijaya. Saat ini saya sedang melakukan penelitian terkait tugas akhir saya untuk memenuhi jenjang S1, yang berjudul “Analisis Faktor *Brand Awareness*, *Brand Exposure*, *Customer Engagement*, dan *Electronic Word-of-mouth* dalam Pemasaran Melalui Media Sosial Pada The Body Shop Indonesia”. Kuesioner ini bertujuan untuk menganalisis kesadaran konsumen terhadap merek The Body Shop di Indonesia melalui media sosial instagram. The Body Shop merupakan salah satu merek yang menawarkan produk kecantikan seperti kosmetik, perawatan tubuh, dan parfum.

Demi tercapainya penelitian ini, maka peneliti meminta ketersediaan responden untuk mengisi kuesioner ini dengan benar sesuai dengan pengalaman dan pengetahuan responden ketika menggunakan produk The Body Shop dan mengakses media sosial Instagram The Body Shop Indonesia. Saya berjanji hasil dari jawaban responden yang diberikan untuk kuesioner ini akan dijamin kerahasiaannya, tidak akan disebarluaskan, dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian semata. Untuk itu, saya memohon kepada responden agar memberikan jawaban sebenar-benarnya.

Jika terdapat pertanyaan mengenai kuesioner atau penelitian ini, responden dapat menghubungi saya melalui email lovely.pomalaa8c@gmail.com. Atas partisipasi responden, saya mengucapkan banyak terima kasih.

### PETUNJUK PENGISIAN

1. Berilah tanda centang (v) pada setiap pernyataan.
2. Kuesioner ini terdiri dari dua bagian yaitu **BAGIAN 1: DEMOGRAFI** dan **BAGIAN 2: PERNYATAAN**.
3. Pada **BAGIAN 1: DEMOGRAFI** responden akan memilih jawaban sesuai dengan karakteristik dan pengalaman pribadi responden.
4. Pada **BAGIAN 2: PERNYATAAN** responden akan memilih jawaban sesuai dengan pengalaman responden terhadap produk The Body Shop dan Instagram The Body Shop Indonesia.
5. Terdapat 5 kriteria untuk alternatif jawaban yaitu:  
1 = Sangat Tidak Setuju (STS)/Tidak Pernah (TP)  
2 = Tidak Setuju (TS)/Jarang (J)  
3 = Netral (N)/Kadang-kadang (KK)

4 = Setuju (S)/Sering (Sr)

5 = Sangat Setuju (SS)/Selalu (SI)

*Note: Semakin tinggi nilai yang diberikan maka semakin tinggi tingkat persetujuannya dan semakin rendah nilai yang diberikan maka semakin rendah pula tingkat persetujuannya*

6. Contoh:

No	Pernyataan	Jawaban
1	Saya selalu mengingat merek The Body Shop walaupun saya sedang menggunakan merek lain	<div><input type="checkbox"/> 1</div> <div><input type="checkbox"/> 2</div> <div><input type="checkbox"/> 3</div> <div><input checked="" type="checkbox"/> 4</div> <div><input type="checkbox"/> 5</div>

Artinya: Saya setuju bahwa "Saya selalu mengingat merek The Body Shop walaupun saya sedang menggunakan merek lain"

No	Pernyataan	Jawaban
2	Saya selalu membeli produk The Body Shop	<div><input type="checkbox"/> 1</div> <div><input checked="" type="checkbox"/> 2</div> <div><input type="checkbox"/> 3</div> <div><input type="checkbox"/> 4</div> <div><input type="checkbox"/> 5</div>

Artinya: Saya tidak selalu melainkan jarang membeli produk The Body Shop

## DEMOGRAFI RESPONDEN

Nama :

Usia :

Tempat tinggal :

Jenis kelamin : ☐ Laki-laki  
☐ Perempuan

Pekerjaan : ☐ Pelajar  
☐ Mahasiswa/i  
☐ PNS  
☐ Swasta  
☐ Wiraswasta  
☐ Lain-lain

Pendidikan terakhir : ☐ SD  
☐ SMP  
☐ SMA/SMK  
☐ S1  
☐ Lain-lain

Apakah Anda pengguna media sosial Instagram?

☐ Ya  
☐ Tidak

Sebutkan nama akun Instagram Anda!

Apakah Anda pengikut (*follower*) instagram The Body Shop Indonesia?

☐ Ya  
☐ Tidak

Sejak kapan Anda mengikuti Instagram The Body Shop Indonesia?

☐ Antara Januari 2012 – Desember 2012  
☐ Antara Januari 2013 – Desember 2013  
☐ Antara Januari 2014 – Desember 2014  
☐ Antara Januari 2015 – Desember 2015

- ☐ Antara Januari 2016 – Desember 2016
- ☐ Antara Januari 2017 – Sekarang

Berapa rata-rata waktu yang Anda habiskan untuk *online* dalam sehari?

- ☐ < 2 jam
- ☐ 2 – 4 jam
- ☐ 4 – 6 jam
- ☐ 6 – 8 jam
- ☐ > 8 jam

Apakah Anda pernah membeli produk The Body Shop?

- ☐ Pernah
- ☐ Tidak Pernah

Berapa kali Anda membeli produk The Body Shop?

- ☐ 1 – 3
- ☐ 4 – 6
- ☐ 7 – 9
- ☐ 10 – 12
- ☐ > 12

Berapa banyak produk The Body Shop yang pernah Anda beli?

- ☐ 1 – 3
- ☐ 4 – 6
- ☐ 7 – 9
- ☐ 10 – 12
- ☐ > 12

Berapa banyak produk The Body Shop yang pernah Anda beli dalam satu kali transaksi?

- ☐ 1 – 3
- ☐ 4 – 6
- ☐ 7 – 9
- ☐ 10 – 12
- ☐ > 12

# PERNYATAAN

No	Pernyataan	Kualitas Pernyataan				
1	Saya selalu mengingat dengan jelas merek The Body Shop	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
2	Saya sangat menyukai merek The Body Shop daripada merek lainnya yang sejenis (Contoh: LUSH Cosmetics, Bath & Body Works, Soap and Glory, dll)	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
3	Saya selalu memilih merek The Body Shop daripada merek lainnya yang sejenis (Contoh: LUSH Cosmetics, Bath & Body Works, Soap and Glory, dll)	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
4	Saya sangat percaya pada merek The Body Shop karena kualitas produknya yang baik	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
5	Ketika berbicara tentang merek kosmetik dan perawatan tubuh yang berbahan dasar alami, saya secara langsung mengetahui merek The Body Shop	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
6	Ketika berbicara tentang merek kosmetik dan perawatan tubuh yang peduli terhadap isu-isu lingkungan, saya secara langsung mengenali merek The Body Shop	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
7	Ketika berbicara tentang merek kosmetik yang tidak diujikan pada hewan ( <i>cruelty free</i> ), saya secara langsung menyadari merek The Body Shop	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
8	Saya selalu membeli produk The Body Shop	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
9	Saya selalu memakai produk The Body Shop	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
10	Saya selalu mempunyai keinginan untuk membeli produk The Body Shop walaupun saya menggunakan produk dari merek lain	STS	TS	N	S	SS



		<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
11	Saya selalu mengingat produk The Body Shop walaupun saya menggunakan produk dari merek lain	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
12	Saya mengetahui merek The Body Shop dari iklan di instagram	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
13	Saya sering melihat iklan The Body Shop di Instagram	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
14	Saya sering meluangkan waktu untuk melihat iklan The Body Shop di instagram	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
15	Saya selalu senang melihat video iklan The Body Shop di Instagram yang memiliki durasi panjang	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
16	Saya selalu melihat elemen produk pada iklan The Body Shop di instagram	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
17	Saya selalu melihat elemen harga pada iklan The Body Shop di instagram	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
18	Saya selalu melihat elemen model pada iklan The Body Shop di instagram	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
19	Saya selalu melihat elemen pesan iklan pada iklan The Body Shop di instagram	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
20	Saya selalu melihat elemen latar ( <i>background</i> ) iklan pada iklan The Body Shop di instagram	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5

21	Saya sangat tertarik melihat kiriman ( <i>post</i> ) terbaru dari instagram The Body Shop Indonesia	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
22	Saya sangat antusias melihat kiriman ( <i>post</i> ) terbaru dari instagram The Body Shop Indonesia	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
23	Saya sangat gembira ketika melihat kiriman ( <i>post</i> ) instagram The Body Shop Indonesia	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
24	Saya selalu memberikan <i>likes</i> (suka) pada kiriman ( <i>post</i> ) yang saya sukai di instagram The Body Shop Indonesia	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
25	Saya selalu memperhatikan kiriman-kiriman ( <i>post</i> ) yang ada di instagram The Body Shop Indonesia	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
26	Saya selalu mempelajari lebih banyak tentang kiriman ( <i>post</i> ) instagram The Body Shop Indonesia	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
27	Ketika saya mengakses instagram The Body Shop Indonesia, saya selalu melupakan hal lain di sekitar saya	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
28	Saya selalu merasa terbawa suasana ketika mengakses instagram The Body Shop Indonesia	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
29	Saya selalu merasa senang ketika mengakses instagram The Body Shop Indonesia secara intens	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
30	Secara umum, saya selalu memberikan komentar kiriman ( <i>post</i> ) di instagram The Body Shop Indonesia	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
31	Saya selalu membalas komentar konsumen lain dalam kiriman ( <i>post</i> ) instagram The Body Shop Indonesia	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5

32	Secara umum, saya selalu membalas komentar konsumen lain dalam kiriman ( <i>post</i> ) instagram The Body Shop Indonesia	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
33	Saya selalu membicarakan Instagram The Body Shop Indonesia dari pada Instagram merek kosmetik lainnya	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
34	Saat konsumen lain menyukai kiriman ( <i>post</i> ) instagram The Body Shop Indonesia, saya merasa sangat senang	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
35	Saat konsumen lain mengkritisi kiriman ( <i>post</i> ) instagram The Body Shop Indonesia, saya merasa sangat tidak senang	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
36	Saya selalu menuliskan keluhan tentang produk di kolom komentar kiriman ( <i>post</i> ) instagram The Body Shop Indonesia	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
37	Saya sangat percaya perusahaan menampung keluhan yang saya tulis melalui kolom komentar kiriman ( <i>post</i> ) instagram The Body Shop Indonesia	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
38	Saya sangat percaya menulis keluhan tentang produk di kolom komentar kiriman ( <i>post</i> ) instagram The Body Shop Indonesia lebih efektif daripada bertatap secara langsung	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
39	Saya selalu meninggalkan komentar negatif pada kiriman ( <i>post</i> ) instagram The Body Shop Indonesia karena saya tidak puas pada produk yang dijual	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
40	Saya selalu meninggalkan komentar negatif pada kiriman ( <i>post</i> ) instagram The Body Shop Indonesia karena membantu saya menghilangkan perasaan negatif akibat tidak puas	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
41	Saya selalu memperingatkan konsumen lain tentang produk yang buruk melalui komentar kiriman ( <i>post</i> ) instagram The Body Shop Indonesia	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
42	Saya selalu membantu konsumen lain untuk membeli produk yang tepat melalui komentar kiriman ( <i>post</i> ) instagram The Body Shop Indonesia	STS	TS	N	S	SS

		<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
43	Saya selalu membantu konsumen lain untuk mendapatkan pengalaman positif terhadap produk seperti saya melalui komentar kiriman ( <i>post</i> ) instagram The Body Shop Indonesia	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
44	Saya selalu membantu konsumen lain untuk tidak mengalami ketidakpuasan terhadap produk melalui komentar kiriman ( <i>post</i> ) instagram The Body Shop Indonesia	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
45	Saya selalu mengungkapkan kesenangan saya setelah membeli produk melalui komentar kiriman ( <i>post</i> ) instagram The Body Shop Indonesia	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
46	Saya selalu memberitahu konsumen lain tentang pengalaman menarik terhadap produk melalui komentar kiriman ( <i>post</i> ) instagram The Body Shop Indonesia	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
47	Saya merasa sangat senang apabila saya menuliskan kepuasan terhadap produk melalui komentar kiriman ( <i>post</i> ) instagram The Body Shop Indonesia	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
48	Saya merasa sangat senang ketika berbincang dengan konsumen lain melalui komentar kiriman ( <i>post</i> ) instagram The Body Shop Indonesia	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
49	Saya merasa sangat senang berinteraksi dengan konsumen lain yang berpikiran sama pada komentar kiriman ( <i>post</i> ) instagram The Body Shop Indonesia	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
50	Saya selalu mendapatkan hadiah ( <i>reward</i> ) karena telah memberi ulasan terhadap produk melalui komentar kiriman ( <i>post</i> ) instagram The Body Shop Indonesia	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
51	Saya selalu menginginkan perusahaan untuk memberikan hadiah atau undian produk The Body Shop secara gratis melalui instagram	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
52	Saya selalu membantu mempromosikan produk The Body Shop melalui instagram	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
53	Saya selalu membantu The Body Shop untuk mendapatkan penilaian positif	STS	TS	N	S	SS

	melalui komentar kiriman ( <i>post</i> ) instagram The Body Shop Indonesia karena saya sangat puas dengan produknya	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
54	Menurut saya, The Body Shop harus didukung karena memiliki penilaian positif	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
55	Saya sangat menginginkan konsumen lain memberikan nasihat atau pengalaman terhadap produk melalui komentar kiriman ( <i>post</i> ) instagram The Body Shop Indonesia	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
56	Saya sangat berharap konsumen lain dapat membantu menyelesaikan masalah saya terkait produk melalui komentar kiriman ( <i>post</i> ) instagram The Body Shop Indonesia	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5

## LAMPIRAN C HASIL UJI VALIDITAS ISI

No	Pernyataan	Aiken V	Ket.	Perbaikan
BA1	Saya selalu mengingat dengan jelas merek The Body Shop	1	Valid	
BA2	Saya sangat menyukai merek The Body Shop daripada merek lainnya yang sejenis (Contoh: LUSH Cosmetics, Bath & Body Works, Soap and Glory, dll)	0.75	Valid	Saya selalu menyukai merek The Body Shop daripada merek lainnya yang sejenis (Contoh: LUSH Cosmetics, Bath & Body Works, Soap and Glory, dll)
BA3	Saya selalu memilih merek The Body Shop daripada merek lainnya yang sejenis (Contoh: LUSH Cosmetics, Bath & Body Works, Soap and Glory, dll)	1	Valid	
BA4	Saya sangat percaya pada merek The Body Shop karena kualitas produknya yang baik	0.75	Valid	Saya selalu percaya pada merek The Body Shop karena kualitas produknya yang baik
BA5	Ketika berbicara tentang merek kosmetik dan perawatan tubuh yang berbahan dasar alami, saya secara langsung mengetahui merek The Body Shop	0.75	Valid	Ketika berbicara tentang merek kosmetik dan perawatan tubuh yang berbahan dasar alami, saya selalu secara langsung mengetahui merek The Body Shop
BA6	Ketika berbicara tentang merek kosmetik dan perawatan tubuh yang peduli terhadap isu-isu lingkungan, saya secara langsung mengenali merek The Body Shop	0.75	Valid	Ketika berbicara tentang merek kosmetik dan perawatan tubuh yang peduli terhadap isu-isu lingkungan, saya selalu secara langsung mengenali merek The Body Shop
BA7	Ketika berbicara tentang merek kosmetik yang tidak diujikan pada hewan ( <i>cruelty free</i> ), saya secara langsung menyadari merek The Body Shop	0.75	Valid	Ketika berbicara tentang merek kosmetik yang tidak diujikan pada hewan ( <i>cruelty free</i> ), saya selalu secara langsung menyadari merek The Body Shop
BA8	Saya selalu membeli produk The Body Shop	1	Valid	
BA9	Saya selalu memakai produk The Body Shop	1	Valid	
BA10	Saya selalu mempunyai keinginan untuk membeli produk The Body Shop walaupun saya menggunakan produk dari merek lain	1	Valid	
BA11	Saya selalu mengingat produk The Body Shop walaupun saya menggunakan produk dari merek lain	1	Valid	
BE1	Saya mengetahui merek The Body Shop dari iklan di instagram	0.5	Tidak Valid	Saya mengetahui bahwa merek The Body Shop selalu memasang iklan di Instagram

BE2	Saya sering melihat iklan The Body Shop di Instagram	1	Valid	
BE3	Saya selalu meluangkan waktu untuk melihat iklan The Body Shop di instagram	1	Valid	
BE4	Saya selalu senang melihat video iklan The Body Shop di Instagram yang memiliki durasi panjang	0.5	Tidak Valid	Saya selalu mengikuti atau melihat iklan merek The Body Shop di Instagram berapapun durasinya
BE5	Saya selalu melihat elemen produk yang ditampilkan dalam iklan The Body Shop di Instagram	1	Valid	
BE6	Saya selalu melihat elemen harga yang tertera dalam iklan The Body Shop di Instagram	1	Valid	
BE7	Saya selalu melihat elemen model yang berperan dalam iklan The Body Shop di Instagram	1	Valid	
BE8	Saya selalu melihat elemen teks pesan iklan yang ingin disampaikan dalam iklan The Body Shop di Instagram	1	Valid	
BE9	Saya selalu melihat elemen latar iklan (background) yang digunakan dalam iklan The Body Shop di Instagram	1	Valid	
CE1	Saya sangat tertarik melihat kiriman (post) terbaru dari instagram The Body Shop Indonesia	0.75	Valid	Saya selalu tertarik melihat kiriman (post) terbaru dari Instagram The Body Shop Indonesia
CE2	Saya sangat antusias melihat kiriman (post) terbaru dari instagram The Body Shop Indonesia	0.75	Valid	Saya selalu antusias melihat kiriman (post) terbaru dari Instagram The Body Shop Indonesia
CE3	Saya sangat gembira ketika melihat kiriman (post) instagram The Body Shop Indonesia	0.75	Valid	Saya selalu gembira ketika melihat kiriman (post) Instagram The Body Shop Indonesia
CE4	Saya selalu memberikan likes (suka) pada kiriman (post) yang saya sukai di instagram The Body Shop Indonesia	1	Valid	
CE5	Saya selalu memperhatikan kiriman-kiriman (post) yang ada di instagram The Body Shop Indonesia	1	Valid	
CE6	Saya selalu mempelajari lebih banyak tentang kiriman (post) instagram The Body Shop Indonesia	1	Valid	
CE7	Ketika saya mengakses instagram The Body Shop Indonesia, saya selalu melupakan hal lain di sekitar saya	0.5	Tidak Valid	Ketika saya mengakses Instagram The Body Shop Indonesia, saya selalu melupakan kegiatan lain yang sedang atau akan saya lakukan

CE8	Saya selalu merasa terbawa suasana ketika mengakses instagram The Body Shop Indonesia	0.5	Tidak Valid	Saya selalu asyik menjelajahi (browsing) Instagram ketika mengakses Instagram The Body Shop Indonesia
CE9	Saya selalu merasa senang ketika mengakses instagram The Body Shop Indonesia secara intens	0.75	Valid	Saya selalu senang ketika mengakses Instagram The Body Shop Indonesia secara rutin (setiap hari)
CE10	Secara umum, saya selalu memberikan komentar kiriman (post) di instagram The Body Shop Indonesia	1	Valid	
CE11	Saya selalu membalas komentar konsumen lain dalam kiriman (post) instagram The Body Shop Indonesia	1	Valid	
CE12	Secara umum, saya selalu membalas komentar konsumen lain dalam kiriman (post) instagram The Body Shop Indonesia	0.5	Tidak Valid	Pernyataan dihapus karena sama dengan pernyataan CE11 sesuai saran ahli
CE13	Saya selalu membicarakan Instagram The Body Shop Indonesia dari pada Instagram merek kosmetik lainnya	1	Valid	
CE14	Saat konsumen lain menyukai kiriman (post) instagram The Body Shop Indonesia, saya merasa sangat senang	0.75	Valid	Saat konsumen lain menyukai kiriman (post) Instagram The Body Shop Indonesia, saya selalu merasa senang
CE15	Saat konsumen lain mengkritisi kiriman (post) instagram The Body Shop Indonesia, saya merasa sangat tidak senang	0.75	Valid	Saat konsumen lain mengkritisi kiriman (post) Instagram The Body Shop Indonesia, saya selalu merasa tidak senang
EW1	Saya selalu menuliskan keluhan tentang produk di Instagram saya dan/atau The Body Shop Indonesia	1	Valid	
EW2	Saya sangat percaya perusahaan menampung keluhan yang saya tulis melalui Instagram saya dan/atau The Body Shop Indonesia	0.75	Valid	Saya selalu percaya bahwa perusahaan menampung keluhan yang saya tulis melalui Instagram saya dan/atau The Body Shop Indonesia
EW3	Saya sangat percaya menulis keluhan tentang produk di Instagram saya dan/atau The Body Shop Indonesia lebih efektif daripada bertatap secara langsung	0.75	Valid	Saya selalu percaya bahwa menulis keluhan tentang produk di Instagram saya dan/atau The Body Shop Indonesia lebih efektif daripada bertatap secara langsung
EW4	Saya selalu meninggalkan komentar negatif di Instagram saya dan/atau The Body Shop Indonesia karena saya tidak puas pada produk yang dijual	1	Valid	



EW5	Saya selalu meninggalkan komentar negatif di Instagram saya dan/atau The Body Shop Indonesia karena membantu saya menghilangkan perasaan negatif akibat tidak puas	1	Valid	
EW6	Saya selalu memperingatkan konsumen lain tentang produk yang buruk melalui Instagram saya dan/atau The Body Shop Indonesia	1	Valid	
EW7	Saya selalu membantu konsumen lain untuk membeli produk yang tepat melalui Instagram saya dan/atau The Body Shop Indonesia	1	Valid	
EW8	Saya selalu membantu konsumen lain untuk mendapatkan pengalaman positif terhadap produk seperti saya melalui Instagram saya dan/atau The Body Shop Indonesia	1	Valid	
EW9	Saya selalu membantu konsumen lain untuk tidak mengalami ketidakpuasan terhadap produk melalui Instagram saya dan/atau The Body Shop Indonesia	1	Valid	
EW10	Saya selalu mengungkapkan kesenangan saya setelah membeli produk melalui Instagram saya dan/atau The Body Shop Indonesia	1	Valid	
EW11	Saya selalu memberitahu konsumen lain tentang pengalaman menarik terhadap produk melalui Instagram saya dan/atau The Body Shop Indonesia	1	Valid	
EW12	Saya merasa sangat senang apabila saya menuliskan kepuasan terhadap produk melalui Instagram saya dan/atau The Body Shop Indonesia	0.75	Valid	Saya selalu merasa senang apabila saya menuliskan kepuasan terhadap produk melalui Instagram saya dan/atau The Body Shop Indonesia
EW13	Saya merasa sangat senang ketika berbincang dengan konsumen lain melalui Instagram saya dan/atau The Body Shop Indonesia	0.75	Valid	Saya selalu merasa senang ketika berbincang dengan konsumen lain tentang produk melalui Instagram saya dan/atau The Body Shop Indonesia
EW14	Saya merasa sangat senang berinteraksi dengan konsumen lain yang berpikiran sama melalui Instagram saya dan/atau The Body Shop Indonesia	0.75	Valid	Saya selalu merasa senang berinteraksi dengan konsumen lain yang berpikiran sama melalui Instagram saya dan/atau The Body Shop Indonesia
EW15	Saya selalu mendapatkan hadiah (reward) karena telah memberi ulasan terhadap produk Instagram saya dan/atau The Body Shop Indonesia	1	Valid	

EW16	Saya selalu menginginkan perusahaan untuk memberikan hadiah atau undian produk secara gratis melalui Instagram saya dan/atau The Body Shop Indonesia	1	Valid	
EW17	Saya selalu membantu mempromosikan produk melalui Instagram saya dan/atau The Body Shop Indonesia	1	Valid	
EW18	Saya selalu membantu perusahaan untuk mendapatkan penilaian positif melalui Instagram saya dan/atau The Body Shop Indonesia karena saya sangat puas dengan produknya	1	Valid	
EW19	Menurut saya, The Body Shop harus didukung melalui Instagram saya dan/atau The Body Shop Indonesia karena memiliki penilaian positif	0.75	Valid	Menurut saya, perusahaan harus selalu didukung melalui Instagram saya dan/atau The Body Shop Indonesia karena memiliki penilaian positif
EW20	Saya sangat menginginkan konsumen lain memberikan nasihat atau pengalaman terhadap produk melalui Instagram saya dan/atau The Body Shop Indonesia	0.75	Valid	Saya selalu menginginkan bahwa konsumen lain memberikan nasihat atau pengalaman terhadap produk melalui Instagram saya dan/atau The Body Shop Indonesia
EW21	Saya sangat berharap konsumen lain dapat membantu menyelesaikan masalah saya terkait produk melalui Instagram saya dan/atau The Body Shop Indonesia	0.75	Valid	Saya selalu berharap bahwa konsumen lain dapat membantu menyelesaikan masalah saya terkait produk melalui Instagram saya dan/atau The Body Shop Indonesia

## LAMPIRAN D HASIL UJI *CONSTRUCT VALIDITY*

Variabel	Indikator	Kode	Hasil Uji	Validitas
<i>Brand awareness</i>	<i>Recall</i>	BA1	0.272	Tidak valid
		BA2	0.491	Valid
		BA3	0.527	Valid
		BA4	0.507	Valid
	<i>Recognition</i>	BA5	0.393	Valid
		BA6	0.325	Tidak valid
		BA7	0.377	Valid
	<i>Purchase</i>	BA8	0.574	Valid
		BA9	0.524	Valid
	<i>Consumption</i>	BA10	0.569	Valid
		BA11	0.580	Valid
<i>Brand exposure</i>	Frekuensi	BE1	0.553	Valid
		BE2	0.651	Valid
	Durasi	BE3	0.702	Valid
		BE4	0.739	Valid
	Intensitas	BE5	0.679	Valid
		BE6	0.643	Valid
		BE7	0.502	Valid
		BE8	0.662	Valid
		BE9	0.670	Valid
<i>Customer Engagement</i>	<i>Enthusiasm</i>	CE1	0.630	Valid
		CE2	0.678	Valid
		CE3	0.682	Valid
		CE4	0.661	Valid
	<i>Attention</i>	CE5	0.779	Valid
		CE6	0.710	Valid
	<i>Absorption</i>	CE7	0.717	Valid
		CE8	0.726	Valid
		CE9	0.687	Valid
	<i>Interaction</i>	CE10	0.630	Valid
		CE11	0.687	Valid

	<i>Identification</i>	CE12	0.726	Valid
		CE13	0.788	Valid
		CE14	0.673	Valid
<i>Electronic word-of-mouth</i>	<i>Platform assistance</i>	EW1	0.678	Valid
		EW2	0.616	Valid
		EW3	0.374	Valid
	<i>Venting negative feeling</i>	EW4	0.689	Valid
		EW5	0.684	Valid
	<i>Concern for other consumers</i>	EW6	0.630	Valid
		EW7	0.748	Valid
		EW8	0.724	Valid
		EW9	0.751	Valid
	<i>Extraversion/ positives self-enhancement</i>	EW10	0.724	Valid
		EW11	0.830	Valid
		EW12	0.820	Valid
	<i>Social benefits</i>	EW13	0.768	Valid
		EW14	0.726	Valid
	<i>Economic incentives</i>	EW15	0.527	Valid
		EW16	0.467	Valid
	<i>Helping the company</i>	EW17	0.723	Valid
		EW18	0.701	Valid
		EW19	0.650	Valid
	<i>Advice seeking</i>	EW20	0.682	Valid
		EW21	0.513	Valid

## LAMPIRAN E KUESIONER PENELITIAN SETELAH LOLOS UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

### PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb. Perkenalkan nama saya Lovely Pomalaa mahasiswa Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Brawijaya. Saat ini saya sedang melakukan penelitian terkait tugas akhir saya untuk memenuhi jenjang S1, yang berjudul “Analisis Faktor *Brand Awareness*, *Brand Exposure*, *Customer Engagement*, dan *Electronic Word-of-mouth* dalam Pemasaran Melalui Media Sosial Pada The Body Shop Indonesia”. Kuesioner ini bertujuan untuk menganalisis kesadaran konsumen terhadap merek The Body Shop di Indonesia melalui media sosial Instagram. The Body Shop merupakan salah satu merek yang menawarkan produk kecantikan seperti kosmetik, perawatan tubuh, dan parfum.

Demi tercapainya penelitian ini, maka peneliti meminta ketersediaan responden untuk mengisi kuesioner ini dengan benar sesuai dengan pengalaman dan pengetahuan responden ketika menggunakan produk The Body Shop dan mengakses media sosial Instagram The Body Shop Indonesia. Saya berjanji hasil dari jawaban responden yang diberikan untuk kuesioner ini akan dijamin kerahasiaannya, tidak akan disebarluaskan, dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian semata. Untuk itu, saya memohon kepada responden agar memberikan jawaban sebenar-benarnya.

Jika terdapat pertanyaan mengenai kuesioner atau penelitian ini, responden dapat menghubungi saya melalui email lovely.pomalaa8c@gmail.com. Atas partisipasi responden, saya mengucapkan banyak terima kasih.

### PETUNJUK PENGISIAN

1. Berilah tanda centang (v) pada setiap pernyataan.
2. Kuesioner ini terdiri dari dua bagian yaitu **BAGIAN 1: DEMOGRAFI** dan **BAGIAN 2: PERNYATAAN**.
3. Pada **BAGIAN 1: DEMOGRAFI** responden akan memilih jawaban sesuai dengan karakteristik dan pengalaman pribadi responden.
4. Pada **BAGIAN 2: PERNYATAAN** responden akan memilih jawaban sesuai dengan pengalaman responden terhadap produk The Body Shop dan Instagram The Body Shop Indonesia.
5. Terdapat 5 kriteria untuk alternatif jawaban yaitu:  
1 = Sangat Tidak Setuju (STS)/Tidak Pernah (TP)  
2 = Tidak Setuju (TS)/Jarang (J)  
3 = Netral (N)/Kadang-kadang (KK)

4 = Setuju (S)/Sering (Sr)

5 = Sangat Setuju (SS)/Selalu (SI)

*Note: Semakin tinggi nilai yang diberikan maka semakin tinggi tingkat persetujuannya dan semakin rendah nilai yang diberikan maka semakin rendah pula tingkat persetujuannya*

6. Contoh:

No	Pernyataan	Jawaban
1	Saya selalu mengingat merek The Body Shop walaupun saya sedang menggunakan merek lain	<div><input type="checkbox"/> 1</div> <div><input type="checkbox"/> 2</div> <div><input type="checkbox"/> 3</div> <div><input checked="" type="checkbox"/> 4</div> <div><input type="checkbox"/> 5</div>

Artinya: Saya setuju bahwa "Saya selalu mengingat merek The Body Shop walaupun saya sedang menggunakan merek lain"

No	Pernyataan	Jawaban
2	Saya selalu membeli produk The Body Shop	<div><input type="checkbox"/> 1</div> <div><input checked="" type="checkbox"/> 2</div> <div><input type="checkbox"/> 3</div> <div><input type="checkbox"/> 4</div> <div><input type="checkbox"/> 5</div>

Artinya: Saya tidak selalu melainkan jarang membeli produk The Body Shop

## DEMOGRAFI RESPONDEN

- Nama :  
Usia :  
Tempat tinggal :  
Jenis kelamin : ☐ Laki-laki  
☐ Perempuan  
Pekerjaan : ☐ Pelajar  
☐ Mahasiswa/i  
☐ PNS  
☐ Swasta  
☐ Wiraswasta  
☐ Lain-lain  
Pendidikan terakhir : ☐ SD  
☐ SMP  
☐ SMA/SMK  
☐ S1  
☐ Lain-lain

Sebutkan nama akun Instagram Anda!

Apakah Anda mengetahui Instagram The Body Shop Indonesia?

- ☐ Ya  
☐ Tidak

Berapa rata-rata waktu yang Anda habiskan untuk *online* dalam sehari?

- ☐ < 2 jam  
☐ 2 – 4 jam  
☐ 4 – 6 jam  
☐ 6 – 8 jam  
☐ > 8 jam

Apakah Anda pernah membeli produk The Body Shop?

- ☐ Pernah

☐ Tidak Pernah

Berapa kali Anda membeli produk The Body Shop?

☐ 1 – 3

☐ 4 – 6

☐ 7 – 9

☐ 10 – 12

☐ > 12

Berapa banyak produk The Body Shop yang pernah Anda beli?

☐ 1 – 3

☐ 4 – 6

☐ 7 – 9

☐ 10 – 12

☐ > 12

Berapa banyak produk The Body Shop yang pernah Anda beli dalam satu kali transaksi?

☐ 1 – 3

☐ 4 – 6

☐ 7 – 9

☐ 10 – 12

☐ > 12



**PERNYATAAN**

No	Pernyataan	Jawaban				
1	Saya selalu memilih merek The Body Shop daripada merek lainnya yang sejenis (Contoh: LUSH Cosmetics, Bath & Body Works, Soap and Glory, dll)	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
2	Saya selalu percaya pada merek The Body Shop karena kualitas produknya yang baik	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
3	Ketika berbicara tentang merek kosmetik dan perawatan tubuh yang berbahan dasar alami, saya selalu secara langsung mengetahui merek The Body Shop	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
4	Ketika berbicara tentang merek kosmetik yang tidak diujikan pada hewan ( <i>cruelty free</i> ), saya selalu secara langsung menyadari merek The Body Shop	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
5	Saya selalu membeli produk The Body Shop	TP <input type="checkbox"/> 1	J <input type="checkbox"/> 2	KK <input type="checkbox"/> 3	Sr <input type="checkbox"/> 4	Sl <input type="checkbox"/> 5
6	Saya selalu memakai produk The Body Shop	TP <input type="checkbox"/> 1	J <input type="checkbox"/> 2	KK <input type="checkbox"/> 3	Sr <input type="checkbox"/> 4	Sl <input type="checkbox"/> 5
7	Saya selalu mempunyai keinginan untuk membeli produk The Body Shop walaupun saya menggunakan produk dari merek lain	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
8	Saya selalu mengingat produk The Body Shop walaupun saya menggunakan produk dari merek lain	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
9	Saya mengetahui bahwa merek The Body Shop selalu memasang iklan di Instagram	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
10	Saya selalu melihat iklan The Body Shop di Instagram	TP <input type="checkbox"/> 1	J <input type="checkbox"/> 2	KK <input type="checkbox"/> 3	Sr <input type="checkbox"/> 4	Sl <input type="checkbox"/> 5

		<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
11	Saya selalu meluangkan waktu untuk melihat iklan The Body Shop di Instagram	TP <input type="checkbox"/> 1	J <input type="checkbox"/> 2	KK <input type="checkbox"/> 3	Sr <input type="checkbox"/> 4	SI <input type="checkbox"/> 5
12	Saya selalu mengikuti atau melihat iklan The Body Shop di Instagram berapapun durasinya	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
13	Saya selalu melihat elemen produk yang ditampilkan dalam iklan The Body Shop di Instagram	TP <input type="checkbox"/> 1	J <input type="checkbox"/> 2	KK <input type="checkbox"/> 3	Sr <input type="checkbox"/> 4	SI <input type="checkbox"/> 5
14	Saya selalu melihat elemen harga yang tertera dalam iklan The Body Shop di Instagram	TP <input type="checkbox"/> 1	J <input type="checkbox"/> 2	KK <input type="checkbox"/> 3	Sr <input type="checkbox"/> 4	SI <input type="checkbox"/> 5
15	Saya selalu melihat elemen teks pesan iklan yang ingin disampaikan dalam iklan The Body Shop di Instagram	TP <input type="checkbox"/> 1	J <input type="checkbox"/> 2	KK <input type="checkbox"/> 3	Sr <input type="checkbox"/> 4	SI <input type="checkbox"/> 5
16	Saya selalu melihat elemen latar iklan ( <i>background</i> ) yang digunakan dalam iklan The Body Shop di Instagram	TP <input type="checkbox"/> 1	J <input type="checkbox"/> 2	KK <input type="checkbox"/> 3	Sr <input type="checkbox"/> 4	SI <input type="checkbox"/> 5
17	Saya selalu antusias melihat kiriman ( <i>post</i> ) terbaru dari Instagram The Body Shop Indonesia	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
18	Saya selalu gembira ketika melihat kiriman ( <i>post</i> ) Instagram The Body Shop Indonesia	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
19	Saya selalu memberikan <i>likes</i> (suka) pada kiriman ( <i>post</i> ) yang saya sukai di Instagram The Body Shop Indonesia	TP <input type="checkbox"/> 1	J <input type="checkbox"/> 2	KK <input type="checkbox"/> 3	Sr <input type="checkbox"/> 4	SI <input type="checkbox"/> 5
20	Saya selalu memperhatikan kiriman-kiriman ( <i>post</i> ) yang ada di Instagram The Body Shop Indonesia	TP <input type="checkbox"/> 1	J <input type="checkbox"/> 2	KK <input type="checkbox"/> 3	Sr <input type="checkbox"/> 4	SI <input type="checkbox"/> 5

21	Saya selalu asyik menjelajahi ( <i>browsing</i> ) Instagram ketika mengakses Instagram The Body Shop Indonesia	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
22	Secara umum, saya selalu memberikan komentar kiriman ( <i>post</i> ) di Instagram The Body Shop Indonesia	TP <input type="checkbox"/> 1	J <input type="checkbox"/> 2	KK <input type="checkbox"/> 3	Sr <input type="checkbox"/> 4	SI <input type="checkbox"/> 5
23	Saya selalu membalas komentar konsumen lain dalam kiriman ( <i>post</i> ) Instagram The Body Shop Indonesia	TP <input type="checkbox"/> 1	J <input type="checkbox"/> 2	KK <input type="checkbox"/> 3	Sr <input type="checkbox"/> 4	SI <input type="checkbox"/> 5
24	Saya selalu membicarakan Instagram The Body Shop Indonesia dari pada Instagram merek kosmetik lainnya	TP <input type="checkbox"/> 1	J <input type="checkbox"/> 2	KK <input type="checkbox"/> 3	Sr <input type="checkbox"/> 4	SI <input type="checkbox"/> 5
25	Saat konsumen lain menyukai kiriman ( <i>post</i> ) Instagram The Body Shop Indonesia, saya selalu merasa senang	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
26	Saya selalu menuliskan keluhan tentang produk di Instagram saya dan/atau Instagram The Body Shop Indonesia	TP <input type="checkbox"/> 1	J <input type="checkbox"/> 2	KK <input type="checkbox"/> 3	Sr <input type="checkbox"/> 4	SI <input type="checkbox"/> 5
27	Saya selalu meninggalkan komentar negatif di Instagram saya dan/atau Instagram The Body Shop Indonesia karena saya tidak puas pada produk yang dijual	TP <input type="checkbox"/> 1	J <input type="checkbox"/> 2	KK <input type="checkbox"/> 3	Sr <input type="checkbox"/> 4	SI <input type="checkbox"/> 5
28	Saya selalu membantu konsumen lain untuk membeli produk yang tepat melalui Instagram saya dan/atau Instagram The Body Shop Indonesia	TP <input type="checkbox"/> 1	J <input type="checkbox"/> 2	KK <input type="checkbox"/> 3	Sr <input type="checkbox"/> 4	SI <input type="checkbox"/> 5
29	Saya selalu membantu konsumen lain untuk tidak mengalami ketidakpuasan terhadap produk melalui Instagram saya dan/atau Instagram The Body Shop Indonesia	TP <input type="checkbox"/> 1	J <input type="checkbox"/> 2	KK <input type="checkbox"/> 3	Sr <input type="checkbox"/> 4	SI <input type="checkbox"/> 5
30	Saya selalu memberitahu konsumen lain tentang pengalaman menarik terhadap produk melalui Instagram saya dan/atau Instagram The Body Shop Indonesia	TP <input type="checkbox"/> 1	J <input type="checkbox"/> 2	KK <input type="checkbox"/> 3	Sr <input type="checkbox"/> 4	SI <input type="checkbox"/> 5
31	Saya selalu merasa senang apabila saya menuliskan kepuasan terhadap produk melalui Instagram saya dan/atau Instagram The Body Shop Indonesia	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5

32	Saya selalu merasa senang ketika berbincang dengan konsumen lain tentang produk melalui Instagram saya dan/atau Instagram The Body Shop Indonesia	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
33	Saya selalu mendapatkan hadiah ( <i>reward</i> ) karena telah memberi ulasan terhadap produk melalui Instagram saya dan/atau Instagram The Body Shop Indonesia	TP <input type="checkbox"/> 1	J <input type="checkbox"/> 2	KK <input type="checkbox"/> 3	Sr <input type="checkbox"/> 4	SI <input type="checkbox"/> 5
34	Saya selalu menginginkan perusahaan untuk memberikan hadiah atau undian produk secara gratis melalui Instagram saya dan/atau Instagram The Body Shop Indonesia	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
35	Saya selalu membantu mempromosikan produk The Body Shop melalui Instagram saya dan/atau Instagram The Body Shop Indonesia	TP <input type="checkbox"/> 1	J <input type="checkbox"/> 2	KK <input type="checkbox"/> 3	Sr <input type="checkbox"/> 4	SI <input type="checkbox"/> 5
36	Saya selalu membantu perusahaan untuk mendapatkan penilaian positif melalui Instagram saya dan/atau Instagram The Body Shop Indonesia karena saya sangat puas dengan produknya	TP <input type="checkbox"/> 1	J <input type="checkbox"/> 2	KK <input type="checkbox"/> 3	Sr <input type="checkbox"/> 4	SI <input type="checkbox"/> 5
37	Saya selalu menginginkan konsumen lain memberikan nasihat atau pengalaman terhadap produk melalui Instagram saya dan/atau Instagram The Body Shop Indonesia	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5
38	Saya selalu berharap konsumen lain dapat membantu menyelesaikan masalah saya terkait produk melalui Instagram saya dan/atau Instagram The Body Shop Indonesia	STS <input type="checkbox"/> 1	TS <input type="checkbox"/> 2	N <input type="checkbox"/> 3	S <input type="checkbox"/> 4	SS <input type="checkbox"/> 5

## LAMPIRAN F HASIL UJI ASUMSI DASAR

### Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		BA	BE	CE	EW
N		80	80	80	80
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	29.34	27.46	25.06	31.26
	Std. Deviation	4.357	5.544	6.381	8.706
Most Extreme Differences	Absolute	.117	.083	.110	.112
	Positive	.090	.083	.110	.112
	Negative	-.117	-.079	-.071	-.048
Test Statistic		.117	.083	.110	.112
Asymp. Sig. (2-tailed)		.009 <sup>c</sup>	.200 <sup>c,d</sup>	.018 <sup>c</sup>	.015 <sup>c</sup>

### Uji Linieritas *Brand Awareness* terhadap *Brand Exposure*

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
BA * BE	Between Groups	(Combined)	438.545	23	19.067	1.006	.474
		Linearity	180.784	1	180.784	9.539	.003
		Deviation from Linearity	257.761	22	11.716	.618	.893
	Within Groups		1061.342	56	18.953		
	Total		1499.887	79			

### Uji Linieritas *Brand Awareness* terhadap *Customer Engagement*

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
BA * CE	Between Groups	(Combined)	428.079	22	19.458	1.035	.441
		Linearity	123.119	1	123.119	6.548	.013
		Deviation from Linearity	304.961	21	14.522	.772	.739
	Within Groups		1071.808	57	18.804		
	Total		1499.887	79			

### Uji Linieritas *Brand Awareness* terhadap *Electronic Word-of-mouth*

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
BA * EW	Between Groups	(Combined)	795.257	29	27.423	1.946	.019
		Linearity	135.557	1	135.557	9.619	.003
		Deviation from Linearity	659.700	28	23.561	1.672	.056
	Within Groups		704.631	50	14.093		
	Total		1499.888	79			

### Uji Homogenitas *Brand Awareness* terhadap *Brand Exposure*

#### Test of Homogeneity of Variances

BA

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.190	16	56	.304

### Uji Homogenitas *Brand Awareness* terhadap *Customer Engagement*

#### Test of Homogeneity of Variances

BA

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.299	16	57	.230

### Uji Homogenitas *Brand Awareness* terhadap *Electronic Word-of-mouth*

#### Test of Homogeneity of Variances

BA

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2.219	19	50	.013

## LAMPIRAN G LAMPIRAN KISI-KISI MASALAH

VARIABEL	MASALAH	SIMPULAN	REKOMENDASI
<b>Brand Awareness</b>	Hasil survei Top Brand Award (2017) tingkat kesadaran merek pada The Body Shop Indonesia menurun sehingga dicurigai tingkat <i>brand awareness</i> masih rendah.	Tingkat <i>brand awareness</i> pada The Body Shop Indonesia yaitu tinggi (73,34%) sehingga kesadaran merek yang dimiliki juga tinggi.	Merek disarankan untuk meningkatkan kualitas informasi kepada konsumen dengan cara berinteraksi, seperti meningkatkan pengetahuan konsumen terhadap merek dan produk.
<b>Brand Exposure</b>	Menurut Kompas (2009) The Body Shop Indonesia jarang memasang iklan sehingga dicurigai tingkat <i>brand exposure</i> rendah.	Tingkat <i>brand exposure</i> pada The Body Shop Indonesia yaitu tinggi (67,83%) sehingga paparan merek yang dimiliki juga tinggi.	(1) Merek dapat mengirimkan iklan kepada pengguna dunia maya yang lebih luas dan lebih sering; (2) pengiriman konten <i>post</i> secara teratur pada Instagram merek; dan (3) membangun hubungan atau kemitraan berbayar ( <i>sponsorship</i> ) dengan <i>influencers</i> Instagram.
<b>Customer Engagement</b>	Masih belum ada keterlibatan pelanggan pada Instagram The Body Shop Indonesia sehingga dicurigai tingkat <i>customer engagement</i> rendah.	Tingkat <i>customer engagement</i> pada Instagram The Body Shop Indonesia yaitu kurang (56,74%) sehingga masih belum ada keterlibatan pelanggan.	Instagram merek lebih sering menambah kiriman ( <i>post</i> ) agar jumlah <i>likes</i> (suka) dan komentar bertambah dan merek disarankan untuk sering berinteraksi kepada konsumen.
<b>Electronic Word-of-mouth</b>	Referensi yang didapat dari konsumen lain masih rendah sehingga dicurigai tingkat <i>electronic word-of-mouth</i> juga masih rendah.	Tingkat <i>electronic word-of-mouth</i> pada The Body Shop Indonesia yaitu kurang (46,05%) sehingga referensi yang didapat dari konsumen lain masih rendah.	Merek disarankan untuk meningkatkan kompetisi, sistem penghargaan, atau menawarkan beberapa hadiah kepada konsumen.